



Laval, 17 juin 2021

Relance locale / Innovation

Laval Agglomération renouvelle son opération à succès « Ticket Commerçant »

Fort des résultats de la première opération lancée en décembre 2020 qui a profité à 11 080 clients, mobilisé 340 commerces de l'agglomération et généré un volume d'achat minimum de 931 650 €, Laval Agglomération a voté le 25 mai 2021 une nouvelle enveloppe de 400 000 €, qui sera de nouveau directement injectée dans l'économie locale.

Cette opération innovante, développée en partenariat avec la Banque des Territoires, en direction des petits commerces fortement impactés par les fermetures administratives successives de 2020, a été étendue à 3 nouveaux secteurs d'activité pour sa reconduction à en juin 2021 :

- les cafés, hôtels, restaurants
- les établissements culturels (cinémas, théâtres, festivals et salles de spectacle de l'agglomération)
- les clubs de sport (aide à la licence pour les moins de 22 ans)



Laval Agglomération est la première collectivité en France à avoir adopté ce dispositif de relance locale 100% numérique. Nous l'étendons maintenant à d'autres secteurs impactés par la crise : les cafés, hôtels, restaurants pour les accompagner dès les premières semaines de réouverture. Mais aussi les établissements culturels qui attendent de retrouver un large public et les clubs sportifs qui ont subi une perte de licenciés. En accompagnant la prise de licence pour les jeunes de moins de 22 ans, nous soutenons à la fois la jeunesse et la pratique sportive dans les associations locales. Cela vient également augmenter le pouvoir d'achat des habitants. Une aide

“

appréciée par tous, qui dopera la relance après cette période difficile.

Florian Bercault, président de Laval Agglomération.



COMMUNIQUE DE PRESSE

puisse réellement soutenir les commerçants et associations. Seuls les tickets validés en caisse sont payés, contrairement à des tickets papier distribués à tous les habitants.

« Le conditionnement à 15 ou 25€ d'achat était aussi un élément impératif. Nous n'étions pas intéressés par des systèmes d'aubaine du type 5€ pour 5€, qui n'auraient pas apporté beaucoup de valeur ajoutée aux partenaires » explique Nicole Bouillon, Vice présidente de Laval Agglomération en charge de l'économie.

Simple et rapide : les fondamentaux de la réussite du projet

Le succès de cette opération tient au fait que les partenaires comme les clients peuvent s'inscrire en 1 minute depuis leur smartphone. Il n'y a pas de manipulation à faire en caisse, car cela rentre comme une réduction classique, et il n'y a pas non plus d'application à télécharger pour le client.

Il suffit juste de sélectionner, sur la page web dédiée, le nombre de tickets à utiliser et d'entrer le code du partenaire. Le partenaire n'a qu'à vérifier la validation sur le téléphone du client et il reçoit également un mail de confirmation. Ainsi il peut appliquer la réduction en caisse et est remboursé par Laval Agglomération dans les 72h, sans aucune démarche supplémentaire.



Ticket Commerçant, portée par l'agence Bees, développée par CibleR et soutenue par la Banque des Territoires, est la 1^{ère} opération de bons d'achat entièrement numérique en France et Laval Agglo est territoire pilote !



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Une mobilisation exceptionnelle

En quelques jours l'opération a été un succès. Suite à l'annonce du confinement de novembre, Laval Agglo a agit avec toute l'agilité possible pour proposer un dispositif innovant de soutien aux commerces pour leur réouverture et permettant de capitaliser sur la période des fêtes de fin d'année.

Après validation de l'opération par le Conseil Communautaire fin novembre, et grâce à la forte mobilisation des élus de toutes les communes, il a suffi de quelques jours pour que plus de 300 commerçants adhèrent au Ticket Commerçant.

Les habitants ont également très bien joué le jeu car en seulement 5 jours, la totalité des 4 000 chéquiers de décembre étaient téléchargés. Soit 20 000 tickets de 5€.

« Au 31 décembre, près de 10 000 tickets avaient été utilisés. Pour nous qui sommes habitués à ce genre de mécanique, ce chiffre est vraiment élevé. D'habitude la taux d'utilisation des bons est beaucoup moins élevé sur ce type d'opération commerciale » confirme Emmanuel Miclo, co-fondateur de l'agence Bees, qui a monté ce projet.

CHIFFRES CLÉS DE LA 1^{ÈRE} OPÉRATION

300 000 €

sur 3 mois prévus au budget
par Laval Agglo pour l'opération

11 080 CLIENTS

340 COMMERCES

adhérents

187 310 €

distribués

et 936 550 €

minimum de CA généré

avec **17 968**

soit **4 000 CHÉQUIERS**

de 25 € par mois (5 tickets de 5€)

soit **20 000**

TICKETS

COMMERÇANTS

téléchargeables en décembre TÉMOIGNAGES DES COMMERÇANTS PARTENAIRES DE LA PREMIÈRE EDITION

« C'est super! »

« C'est très simple pour le commerçant comme pour le client. »

« Nos clients peuvent se faire davantage plaisir. » « Ca débloque des ventes. »

« Une opération qui permet vraiment d'amener les clients dans les petits commerces. »

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Laval Agglo

Située au cœur du Grand Ouest, en Mayenne (53), Laval Agglomération rassemble 34 communes unies par une solidarité de moyens et d'actions au sein d'une agglomération «à la bonne échelle». Améliorer la vie de plus de 117 000 habitants et faciliter le développement de plus de 6 280 entreprises sont les priorités de la collectivité. Vitalité économique, pôle d'enseignement supérieur, plate-forme de la réalité virtuelle, qualité de vie, services à la population, tourisme... sont une partie des atouts de Laval Agglo, une agglomération attractive qui entreprend.

www.agglo-laval.fr

Bees

BEES est une société de conseil marketing et de communication digitale fondée en 2014 par Emmanuel Miclo et Bertrand Forges (tous deux anciens dirigeants de grandes agences de communication).

Elle conçoit et exploite des programmes de fidélité et de relation clients ainsi que de nombreux dispositifs de promotion commerciale, pour le compte de grandes marques françaises et internationales, dans les secteurs de la distribution spécialisée et alimentaire, des services, de l'hôtellerie et l'automobile.

<https://bees.paris>

CibleR

Savoir écouter et comprendre les consommateurs est nécessaire mais d'une grande complexité. Nécessaire car les prospects et clients sont ceux qui définissent d'ici 1 an, 5 ans voire 10 ans la trajectoire et les futurs services que chaque entreprise va entreprendre. Mais complexe, car l'omnicanalité rend l'écoute et la compréhension difficile mais les capacités à collecter de plus en plus de données.

Grâce à la technologie à base d'intelligence artificielle, CibleR s'est justement donné la mission d'aider les entreprises à mieux comprendre et cibler leurs prospects et client.

cbler.com

Banque des Territoires

Crée en 2018, la Banque des Territoires est un des cinq métiers de la Caisse des Dépôts. Porte d'entrée client unique, elle propose des solutions sur-mesure de conseil et de financement en prêts et en investissement pour répondre aux besoins des collectivités locales, des organismes de logement social, des entreprises publiques locales et des professions juridiques. Elle s'adresse à tous les territoires, depuis les zones rurales jusqu'aux métropoles, avec l'ambition de lutter contre les inégalités sociales et les fractures territoriales.

www.banquedesterritoires.fr